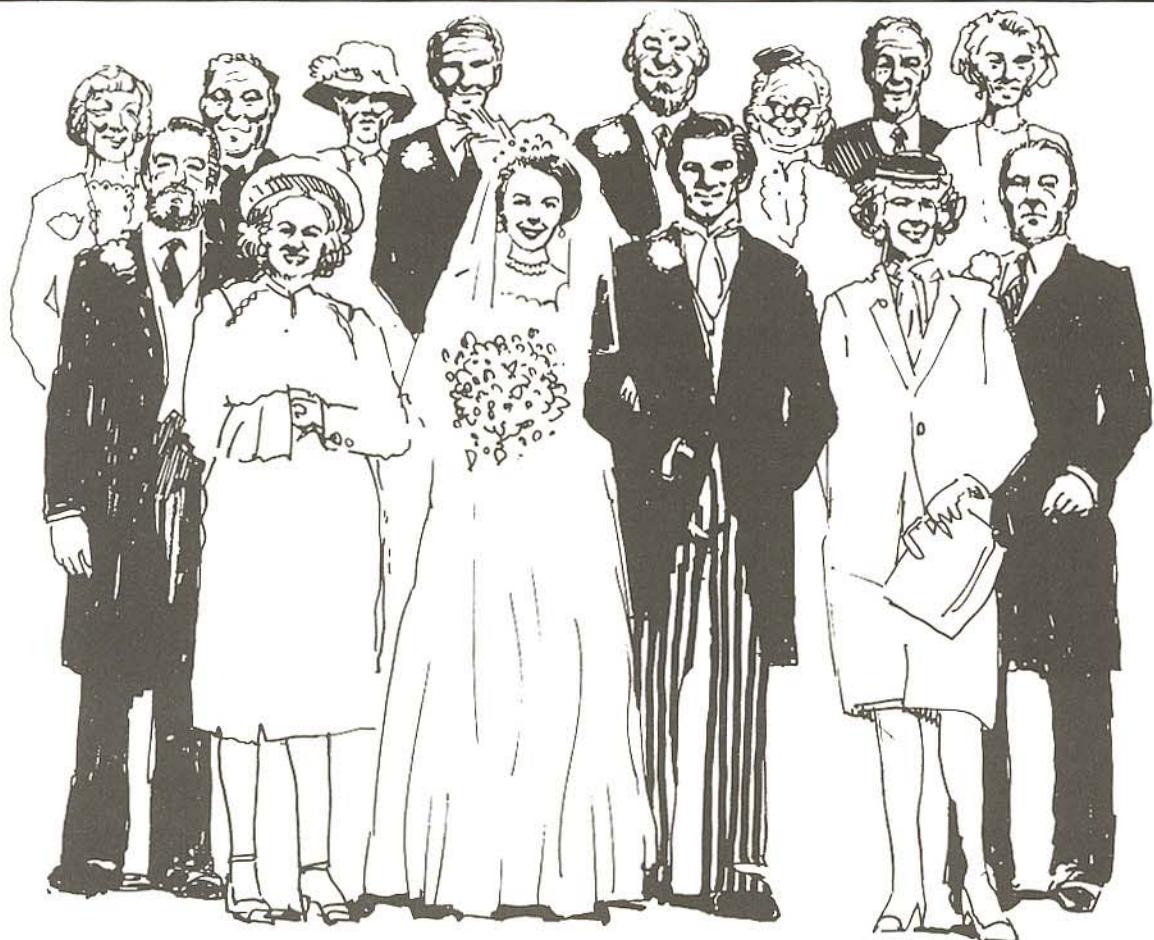


# 生活新聞

VOL.4 NO.14 1984

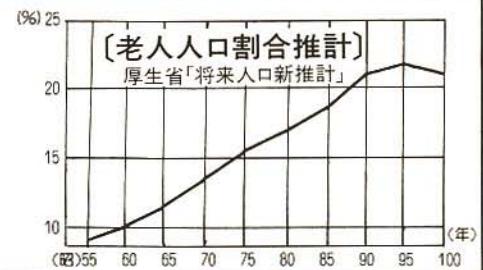
博報堂生活総合研究所

# 10:30

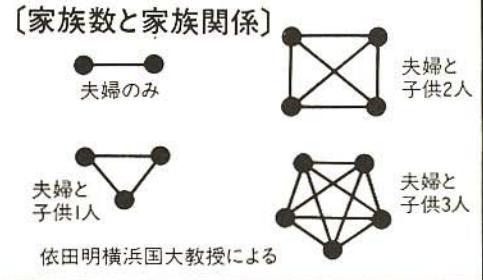


# TAROの時代

**にぶんのよんしゃかい 4/2社会**  
昭和55年には、7.6人の働き手が1人の老人を支えていたのに対し、昭和100年には、2.6人の働き手が支えることになる(『日本の将来推計人口』厚生省)。マクロ的な見方でなくとも、一人っ子同士が結婚すれば面倒を見なければならない親は四人である。長男長女も似たようなもの。つまりTAROの時代は高齢化社会である。



**レースレス**  
右の図は子供の数による関係軸の数の推移である。子供の数が多いほど、家族内での関係が複雑になる。つまり社会体験の原型である家族いうものの中で、摩擦や競争が生れやすいという訳だ。こうした競争を余り経験しないで社会に出てくる子供がふえると、けんかひとつ満足にできない子供が出てくる結果となる。



**たいじゅうがさ 大樹傘**  
家庭内での競争も少く、両親の厚い庇護のもとに育った長男長女達は、社会に出ても摩擦を好みない。なるべく穏便に、平和裡にコトを運びたがる。まさに、おっとりとした「親の甚六」が街に満ち満ちてくる。バイタリティあふれる次男次女達に比べ、現状の変革を望まず、保守化していくのも当然の帰結といえようか。若者の保守化傾向の裏には、こうした長男長女社会の存在も寄与しているのである。転勤しながらサラリーマンや結婚したがらない女の増加の背後には、彼らに對して大きな影響力を持つ「親」という大樹が控えている。そんな大樹の傘のもとでのマーケットには奇抜さは似合わない。個性的といつても分別をわきまえた程度で、大人しいオーソドックスが好まれよう。

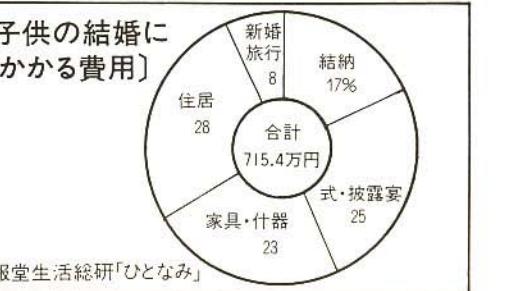
**こうしううごう 公私融合**  
規律を守り言われることはそつなくこなし職場への適応が高いが、窮屈や冒険心に欠ける。これが昨今の新人像だ。若者は自分の生活を全面的に仕事に投じようとはしない。彼等にとって公と私は二者択一ではなくうまく両立させらるものだ。子供の頃から大人と付き合ってきた長男長女にとって公私融合はたやすいことだ。



**バルコボリス**  
都会で学生生活を送った若者がUターンした時、不満を抱く要素で大きいものは、「交通の便」「買物の便」「娯楽施設・機会」の三つである(前出「人口移動の実態」)。都会で高感度な暮らしを送っていた若者達にしてみれば、青山・六本木などは言わないまでも、高感度なショップやエリアは必須のものである。言いかえれば地方の高感度ショッピングセンターやタウンをわかる人達が統々Uターンしていくということだ。従って長男長女社会が進むほど、地方の都会化も進む可能性が高くなる。バルコなどの高感度ショッピングセンターや文化性の高いカルチャーセンターなどで、潜在ポテンシャルは高いもちろん都会発だけではなく、地元一番店にもチャンスは大きい。今、若者は故郷を目指し始めたのだから。

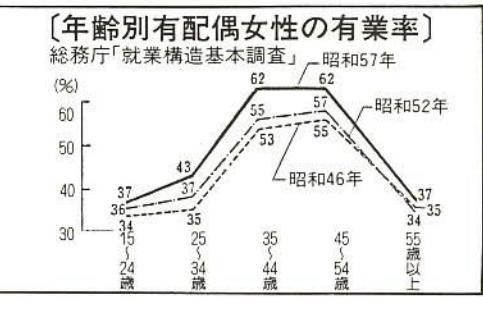
**なえしろがり 苗代刈り**  
TAROは成長する。今の幼稚園児は15年後には大学生になる。お砂場倒産から大学倒産へと影響は移っていく。昨今の青田刈りクルートも若年労働者の減少によって、苗代刈りへとエスカレートするかもしれない。そこに至るまでにも、次々と社会構造を変えて行く。消費行動が活発だからといってヤングだけを相手にしていたのでは絶対数が望めない。必然的に大人を相手にマーケット戦略を考えねばならない。一時的な流行でなく、落ち着いた安定を目指す必要がある。今後、分衆化していく世の中だから、押しつけがましいことは逆効果になる。子供が少く、人が多い世の中では、子供の方も早くから大人化していく。苗代で刈られる若者達も、意外に早熟になっているかもしれない。

**おとななみ 大人並み**  
弟妹へのお下がりということがない長男長女用商品だから、一定時期だけの使い捨てという考え方もある。しかし、どうせ買うなら子供用の廉価版で間に合わせるのでなく大人向けの本物、高級品を長く使おうという考え方が強くなっている。サイズに関係ない耐久品はもちろん、それ以外の製品にも大人並み市場は拡大できそうだ。



**あめーぱだいかぞく アメーバ大家族**  
血縁が薄いからこそ、少ない親類が密接なつながりを持とうとする。一人っ子同士が結婚すれば、嫁にやった婿にもらつたではなく、夫妻双方の両親の区別なしに、みんな一つの大家族となっての3家族同居も出てこよう。その方が住宅の問題や老後の世話からも合理的ともいえる。これが他人にも拡がると2妻住宅(親しい友人同士で土

**めいしまま 名刺ママ**  
子育てに追われた昔と違って、自分の一生の基本プランを持つ母親が多くなった。自分の仕事を両立させる出産計画や子供の手が離れるのを待つ社会復帰計画である。仕事を中心に考えれば当然子育てプランクは短いほうが望ましい。子供は少なく産んで「○○ちゃんのママ」だけではない仕事を持とうとする母親の増加だ。



長男長女社会—TAROの時代が来ると、家の中の子供の数が減るだけではない。子供が成長する時間に合わせて、その影響は徐々に広がっていく。幼稚園から小学校、中学校、高校から大学へ、果ては社会人へとその波紋は大きくなる。マーケットもそれに合わせて変貌をせまられていく。乳母日傘で育てられた総額の甚六達が社会

に増えていくに従って、変化を嫌う彼等、彼女等によって社会は保守化していくかもしれない。あきらかに次男次女達が持っていたバイタリティを彼等は持たない。その結果として活動力に満ちていた日本経済も内側から活力を失なっていくかもしれない。高齢者が増えるのでもちろん負担は大きくなる。そんなTAROの時代を占うと…。

### ポストゲートボール

今、老人達の娯楽・スポーツの代表はゲートボールである。しかしゲートボールをやっている人達みると、ゲートボール以前に本格的にスポーツをした人は少そうだ。ところが、これから高齢になっていく予備軍達は、少くとも新中年から後の世代は学生時代にテニスかスキーといったスポーツをかけている。こんな世代が高齢化していく

時、いつまでも「老人はゲートボール」でもないものだ。ところが現実にはスポーツ施設はやはりヤング中心。付属のレストランの食べ物、飲物などで老人向けのものはほとんどない。老人もかなりいるゴルフ場でも特に用意している所は少い。ましてテニスコートやスキー場などは100%若者向けだ。これからは若いハートの老人に備えが必要となろう。

### アンノンバアチャン

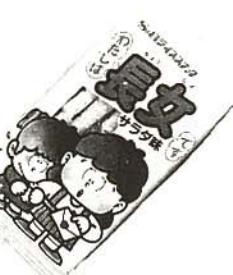
国鉄のフルムーン企画が成功している。合計88歳の夫婦が旅に出る。それに続いてアンアン・ノンノ育ちのフルムーン予備軍が控えている。アンノン族は旅行だけではない。グルメ、カルチャー、ブリッヂ用品のノスタルジー市場、昔とたきねづかのオバアチャンの姿とはほど遠いオバアチャンがこれからやってくる。「若造り」という言葉

なんかどこ吹く風、「ウッソ」「ホント」のギャル達がオバアチャンの仲間入りをするのもそう遠いことではない。となれば彼女達向けのマーケットも考えられる。若かり頃のアクセサリーやブリッヂ用品のノスタルジー市場、昔とたきねづかのオバアチャン向けテニスファッション、グルメ旅行から海外旅行まで、可能性はどこまでも広がっていく。

### だいさんじさんぎょう 代参事産業

とめたり、親孝行をする親孝行代理業、還暦や喜寿などのお祝いパーティーのセッティング業や演出サービス、人暮らしの老人のための買い物代理業など、普段の生活から晴れの生活まで応用範囲は広い。老人同士の交流も増えるから、お茶飲みパーティーや老人お見合い、交際相手の紹介も需要がありそうだ。これから来る老人達はパワーに満ちている。

幕まいりの代理業を考えた人がいる。遠くの墓や忙しすぎて行けない人の代りに墓まいりをしてあげるというアイデア商法だ。老人が増えて若者が減るとこの延長上にいろいろなアイデアが考えられる。一組の夫婦が面倒を見る老人が多いから老人ホームに入る人も増えるだろう。たまの訪問も忙しい人に、代理に訪れて話し相手をつ



### ままかり ママ借り

子供の数が減ったからといって母親の役割が減少するわけではない。むしろ少ない分だけ十二分に心もお金も子供に注げる。しかし、働いていると母親役割に使える時間は少ないし、かといって仕事はやめたくない。子育てベテランの実家の母に応援を頼もうとしても、おばあちゃんも自分の趣味や仲間との楽しみでスケジュールは一杯だ。そこで働くママになり代わって有料で育児や家事をしてくれる代理ママが登場する。保育所の在所率は90%を割っているが、延長保育や夜間保育、零歳児保育まで行なう無認可の保育所やベビーホテルは相変わらず盛況だ。子供の絶対数が減っても、それだけ働く母親が増加するから育児や家事の代理ママ的サービスへの需要はますます高まるだろう。

だ。そこで働くママになり代わって有料で育児や家事をしてくれる代理ママが登場する。保育所の在所率は90%を割っているが、延長保育や夜間保育、零歳児保育まで行なう無認可の保育所やベビーホテルは相変わらず盛況だ。子供の絶対数が減っても、それだけ働く母親が増加するから育児や家事の代理ママ的サービスへの需要はますます高まるだろう。

### おやしらば 親知らず

今、種々の問題で家族が揃っている。もちろん家族問題の原因は子供数の減少だけではない。しかし、おばあちゃんの知恵や兄弟姉妹による助け合いというクッションがないままに、小さな核家族の中での親と少数の子供が常に向き合っていると、子供に対する過干渉や親に対する過依頼が起きやすい。逆にお互いの自我を理論的に尊重

しあって放任や無関心に成りすぎるということもあるだろう。まして親自身が一人っ子で育っていると、弟妹にたいする両親の姿を見ながら、知らず知らずに子育てのノウハウ・テクニックを学ぶということもなかったわけだ。少ない子供だから、やり直しのきかない子育てだからどうしたらいいのかという親の悩みに答える「親業」教育産業が受けそうだ。

### じりつりこん 自立離婚

結婚してから10年以上たった夫婦の離婚が増えている。年齢別離婚率では30代後半から40代の伸びが高め。昭和56年の離婚総数のうち、夫婦のいる夫婦は69%だが、結婚10年以上の30~40代を取り出せば連れ離婚の割合はもっと高い。夫婦夫婦の離婚は当事者の問題だが、子連れだと親権者の問題が出てくる。伝統的な

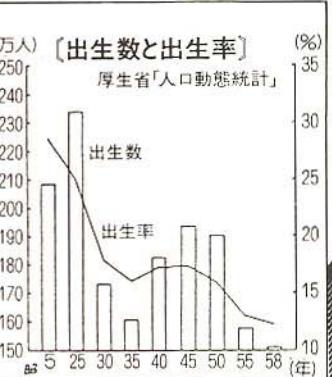
家制度が衰退し、子供は家の跡取りという意識が薄れるにつれて母親が子供を引き取るケースが増え、56年には子連れ離婚の10人中7人位の伸びがある。子供が何人もいると、母親の細腕ひとつで離婚後の生計もなかなか大変だが、子供数が少なければずっと楽になる。離婚後の母子家庭の経済生活が比較的の成り立ち易いから、我慢せずに離婚に踏み切る母がますます増えよう。

## Approach

現在の世界人口は48億人。今後の人口増加率が過去10年の1.7%からさらに低下しても今世紀末には61億人に達するという試算もある。発展途上国の人口爆発も、先進諸国における出生率の低下及び高齢化も、いずれも多くの社会的問題となっている。日本は短期間に世界に例のないテンポの速さで、欧米型の若少高多の人口構成に追い付き追い越そうとしている。若少、すなわち、子供の数の減少である。単に一家族の中での家族関係の変化にとどまらず、社会的な影響は極めて大きい。何故、長男(代表名はTARO)と長女(同じくHANAKO)の時代となったのか、そしてTAROとHANAKOの成長について、今後どんな波紋が広がって行くのかを探ってみた。

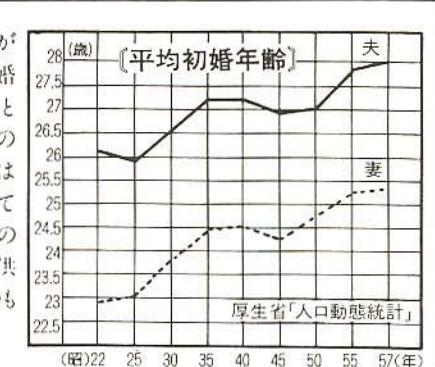
## Birth

第一子の8割は結婚後2年以内に生まれる。つまり出生数の増減を直接左右するのは結婚数の変化だ。昭和48年に567万人いた22~26歳の女性人口は、最大の人口集団である新中年が結婚期を通過してしまった57年には388万人まで減少している。加えて晩婚化の影響もある。結婚する人が減れば2年のタイムラグで生まれる子供数も減るのだ。

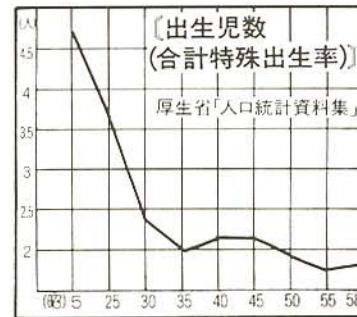


## Bridal

結婚適齢期という言葉が死語化しつつあり、結婚しない女まで続々登場とあって初婚年齢は上昇の一途である。今、平均は25.3歳。とすれば初めての子を生む年齢も上のがあたりまえ。従って子供の数も抑えぎみになるもの当然という訳だ。

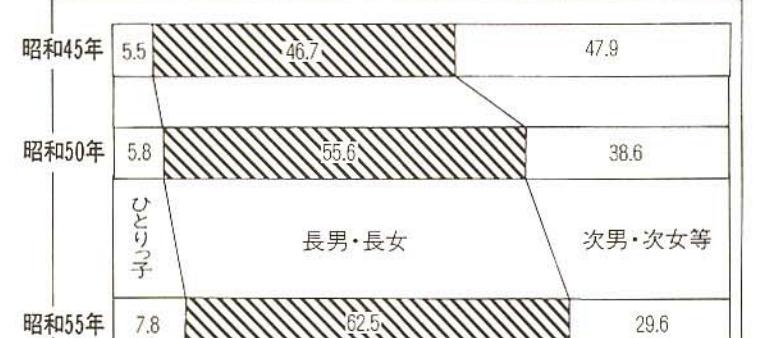


## Child

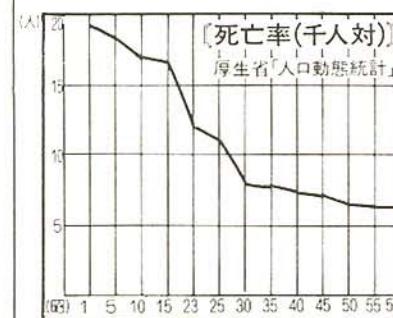


出産適齢期の女性が減少すると共に、女性一人当たり平均の生涯に産む子供数も減ってきていている。最近の10年間では夫婦二人で二人以下の子供という状態が続いている。当然一人っ子なし長男長女の割合が増加する。この状態が長期的に續くと世代が交替する毎に人口は縮小再生産となる。

## 【長男・長女割合】 (15歳～24歳)



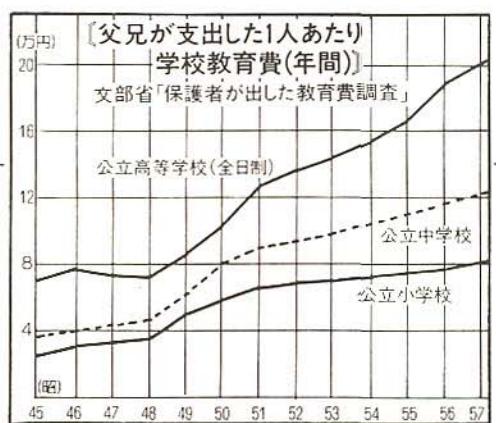
## Death



戦前は乳幼児の死亡率が非常に高く、子供を無事に育て上げるのは大変なことだった。跡取りや労働力確保のためにも子沢山になってしまふ。生活水準の上昇、医療技術の向上、保険制度の充実等により死亡率が低下した今、子供は少なく産んで、その分、手をかけける子育てが可能となった。

## Education

小学校から高校までを通じて、直接家計から出ていく教育費は上昇の一途である。加えて塾や教室など、間接的な出費も増える一方だ。当然、多くの子供がいては高等教育までいくのは無理になる。少ない子供に夢を託して、教育に投資する。



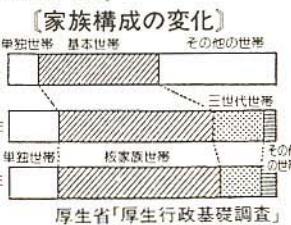
一組の夫婦が生む子供の数が少なくなると、必然的に生れた子供には長男長女が増える。一人っ子はもちろんのこと二人っ子でも性別が違えば二人は長男長女。中央のグラフが示す長男長女は今、六割を越えた。もっと下の子になると8割近くにもなるという。その原因を探ってみると…

## TARO'S

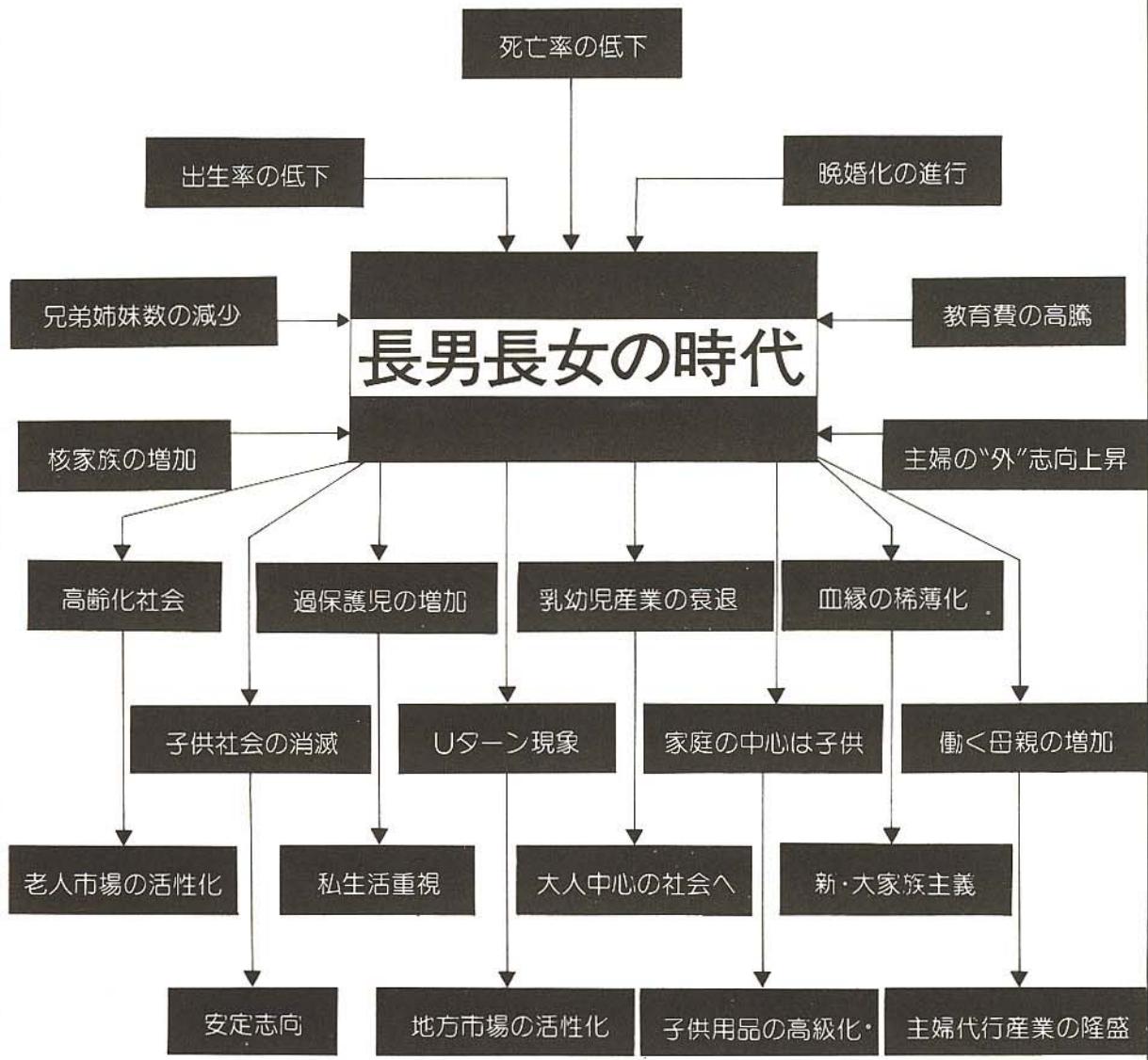
# A B C



大家族では子供の面倒を見る手が多い。戦後の核家族化によって育児は母親の専門特許になってしまった。商家ならざ知らず普通家庭の場合は、子供が小さいときは母は外に出られない。いきおい、早く育てあげてしまおうとする母が増える。事実末子が小学校に入学するとホッと一段落を感じる母が多い。



# TARO'S IMPACT



## ●生活四季報 '84秋号が発刊されました!!

今回は、四季報の原点に帰って、主婦の買い物行動に焦点をあてています。主婦300人の買い物調査とグループインタビューから、今、主婦の頭の中にはお店の地図が出来ていることがわかりました。ですから題して「ストア・マッピング」—売り場から買い場へ、です。図表やグラフの他、多数のキーワードも満載です。黄金色の四季報、ぜひご一読を!……